

# スモールビジネスの現代的存在意義について

芳野俊郎

〔抄録〕

『2014 中小企業白書～小規模事業者への応援歌～』によって、この『白書』の示す2つの提言、1) デフレ悪循環脱却のためには「中小製造業の価格転嫁力」押し上げしかない、2) 中小規模事業者の「持続的発展」のための課題は「営業・販路開拓」にある、という内実を考察した。①中小企業事業者が「多品種・少量生産・高付加価値製品」生産体制を展開し、実質資本装備率要因も大企業製造業を上回っていたのにもかかわらず実質資本回転率を伸ばせないのは「経営規模が小さいという構造的要因」による。②大企業に部品や中間財を納入する立場の中小企業が増えたため、中小企業事業者の価格転嫁力が低下するという大きな構造変化が生じていたというこの2点が、提言実現の困難性であるという。これは、実質労働生産性上昇の困難な理由が小規模性にあると言う「自己撞着」であり、小規模企業は存立しても価格転嫁力もなく収益力も弱く採算割れ必定なのだから、「生産性の低い企業が市場から退出しなさい」と言明しているのに等しいことを意味する。

キーワード：「中小製造業の価格転嫁力」 中小規模事業者の「持続的発展」  
「地域維持・充実型」小規模事業者 コミュニティ・ビジネス

はじめに

「日本再興戦略-JAPAN is BACK ―日本産業再興プラン<sup>1)</sup>―(2014年6月24日閣議決定)は、アベノミクス「三本矢」による経済の好循環を持続的な成長軌道につなげるため、「世界で一番企業が活動しやすい国を目指し、大胆な事業環境整備を進める」といい、その6項目に「中小企業・小規模事業者の革新」により「中小企業・小規模事業者が地域経済を再生し、我が国の国際競争力を底上げ」するとし、次のような「成果目標」を掲げる。開業率・廃業率10%台(現状4.5%)を目指す。2020年までに黒字中小企業・小規模事業者を70万社から140万社に増やす。今後5年間で新たに1万社の海外展開を実現する、という。しかしながら、消費税増税から2四半期めの2014年7～9月期の実質経済成長率GDPは1.9%減(内閣府発表―速報段階から年率で0.3%の下方修正)となった。これは、零細・個人事業者の投資を見誤った可能性(法人企業統計には資本金が1千万円未満の小規模事業者や個人事業者は含まない)もあると新聞報道されているが、個人消費(速報値と変わらず0.4%の微増)は振るわず、設備投資は事前予測を大きく下回り0.4%減となったためである。「アベノミクス」が招いた個人

消費の低迷—年収 200 万円以下のワーキング・プワ—の 30 万人増、貯蓄なし世帯 30.4%、そして円安による物価押し上げ—が引き起こした増税不況・政策失敗不況を意味するものである。

今回の『2014 中小企業白書』は、表紙題字は著名な女流書家・金澤翔子さん、表紙デザインは公募による中小企業・小規模事業者の笑顔の顔写真 6,666 名分、51 年間の歴史の中で最も分厚い約 900 頁建てという一新された外観ではある。では、サブタイトルを「小規模事業者への応援歌」とし、「中小企業政策のパラダイムシフトの 2014 年」を大きくアピールする内容はどのように描かれているのだろうか。まず、日本におけるスモールビジネスの現状を、利益率や倒産・休廃業状況、価格転嫁力等によって概観する。その上で、『2014 中小企業白書』の示す 2 つの提言、1) デフレ悪循環脱却のためには「中小製造業の価格転嫁力」押し上げしかない、2) 中小規模事業者の「持続的発展」のための課題は「営業・販路開拓」にあるという提言の内実を考察する。

## 1. スモールビジネスの位置

日本における企業数は、2012 年数値では 386 万社・者である。資本金や雇用者数の量的区分基準によって、大企業数は 1 万社（全体の 0.3%）・従業者数は約 1400 万人（全体の 30%）。中小企業は 385 万者の 99.7%（うち小規模企業は 334 万者で 86.5%）・従業者数は約 3217 万人（70%）である（「表-1 産業別規模別企業数（民営、非一次産業）」参照）。1 万社・0.3%の大企業が 30%の雇用を占めていることに驚きつつも、99.7%を占める中小企業群が地域地元雇用の 70%を提供している実態に感嘆するだろう。製造出荷額では大企業：中小企業 = 49:51 でほぼ半々、卸売業の年間販売額では大企業（従業者 100 人以上）：中小企業 = 66:34、小売業の年間販売額では大企業（従業者 50 人以上）：中小企業 = 32:68（「表-2 製造出荷額・販売額等」参照）

表-1 産業別規模別企業・従業者数（民営、非一次産業）

年	中小企業		うち小規模企業		大企業		合計
	企業数	構成比(%)	企業数	構成比(%)	企業数	構成比(%)	
2001	4,689,608	99.7	4,102,169	87.2	13,431	0.3	4,703,039
2004	4,325,790	99.7	3,776,863	87.1	12,345	0.3	4,338,135
2006	4,197,719	99.7	3,663,069	87.0	12,351	0.3	4,210,070
2012	3,852,934	99.7	3,342,814	86.5	10,596	0.3	3,863,530
<b>従業者数</b>							
2012	32,167,484	69.7	11,923,280	25.8	13,971,459	30.3	46,138,943

- (注) 1. 企業数 = 会社数 + 個人事業所（単独事業所及び本所・本社・本店事業所）数とする。  
 2. 常用雇用者 300 人以下（ゴム製品製造業は 900 人以下、旅館、ホテルは 200 人以下、卸売業、サービス業（ソフトウェア業、情報処理・提供サービス業、旅館、ホテルを除く）は 100 人以下、小売業、飲食店は 50 人以下）又は資本金 3 億円以下（卸売業は 1 億円以下、小売業、飲食店、サービス業（ソフトウェア業及び情報処理・提供サービス業を除く）は 5,000 万円以下）の企業を中小企業とする。  
 3. 常用雇用者 20 人以下（卸売業、小売業、飲食店、サービス業（宿泊業、娯楽業を除く）は 5 人以下）の企業を小規模企業とする。  
 4. 小規模企業の構成比は全企業数に占める割合とする。  
 5. 産業分類は、2007 年 11 月改訂のものに従っている。

【注】2012 年数値は、総務省「平成 24 年経済センサス—活動調査」再編加工による。経済センサス—活動調査では (1) 商業・法人登記等の行政記録を活用して、事業所・企業の捕捉範囲を拡大しており、(2) 本社等の事業主が支所等の情報も一括して報告する本社等一括調査を導入しているため、過去の中小企業白書の付属統計資料の「事業所・企業統計調査」による結果と単純に比較することは適切ではない。

照)である。

## 2. 2013年度の動向 (『中小企業白書2014』より)

### 2-1 利益率、倒産・休廃業・解散数、自殺者数等

企業の規模別・業種別の売上高経常利益率について見る (1-1-18 図、『中小企業白書2014』「第1部2013年度の動向」)。製造業において「大企業と中小企業・小規模事業者 (以下「SME」(small & micro enterprise) と表記する - 引用者) の利益率水準が一時的にはほぼ同水準の3.5%程度となったのが2011年10-12月期で、その後は大企業とSMEの格差は拡大したのちに、SMEの売上高経常利益率が大きく伸びたために格差は縮小 (つまり、12年Ⅲ期7.6:3.4 [差4.2%] から13年Ⅳ期7.1:4.8 [差2.3%] へ) (『2014中小企業白書』P19 <以下「T19」と表記。また下線は引用者付加、以下同様>) となった。非製造業においても、13年Ⅱ期5.9:2.6 (差3.3%) から13年Ⅳ期4.9:3.2 (差1.7%) というように、「売上高経常利益率の企業規模間格差の縮小」が示される。

また、SMEの倒産件数 (1-1-25 図) は5年連続減で、2013年は10.4%減の10,855件 (前年比1,269件減) で11,000件を下回る低水準は1991年倒産件数10,723件から22年ぶり (T21) だが、休廃業・解散数の推移は倒産件数の倍以上の水準 (08年27,361から2013年28,943) で推移 (T24) した。そして、自殺者数は2012年に前年を2,793人下回る27,858人 (1998年以来連続していた3万人超えを15年ぶりに下回り) となり、2013年12月末現在の暫定値で27,276人である。1998年に不良債権問題に端を発した金融危機の発生以来の3万人超えがようやく減少に向かう兆しを見せ始め、また「事業不振」や「負債 (多重債務)」等を理由とした自殺者が大きく減少している (T25)。

表-2 産業別規模別出荷額・販売額等

#### 1. 製造業の製造品出荷額等(10億円)

従業者規模	1995	構成比 (%)	2011	構成比 (%)
4~299人	157,139	51%	139,862	49%
300人以上	148,890	49%	145,107	51%
合計	306,030	100%	284,969	100%

#### 2. 卸売業の年間販売額(10億円)

従業者規模	1991	構成比 (%)	2011	構成比 (%)
1~99人	355,807	62%	220,069	65%
100人以上	217,358	38%	120,369	35%
合計	573,165	100%	340,438	100%

#### 従業者1人当たり年間販売額(万円)

従業者規模	1991	構成比 (%)	2011	構成比 (%)
1~99人	8,831	23%	10,146	34%
100人以上	29,468	77%	19,929	66%
合計	38,299	100%	30,075	100%

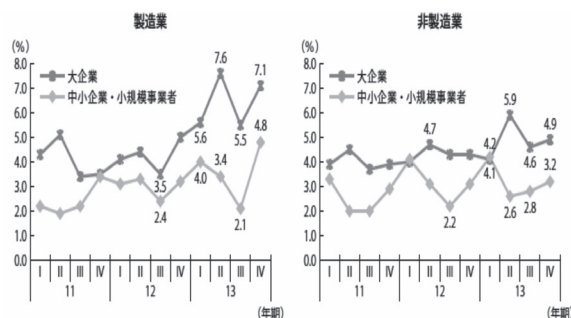
#### 3. 小売業の年間販売額(10億円)

従業者規模	1991	構成比 (%)	2011	構成比 (%)
1~49人	109,668	78%	74,717	68%
50人以上	30,971	22%	35,773	32%
合計	140,639	100%	110,490	100%

#### 従業者1人当たり年間販売額

従業者規模	1991	構成比 (%)	2011	構成比 (%)
1~49人	1,820	35%	1,823	42%
50人以上	3,406	65%	2,489	58%
合計	5,226	100%	4,312	100%

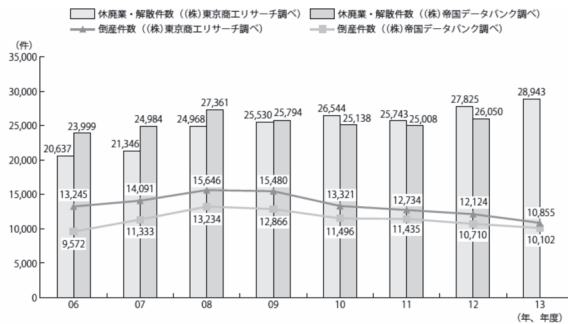
第1-1-18 図 規模別・業種別の売上高経常利益率の推移



資料：財務省「法人企業統計季報」

(注) 資本金1億円以上を大企業、1千万円以上1億円未満を中小企業としている。

第 1-1-25 図 休廃業・解散・倒産件数の推移



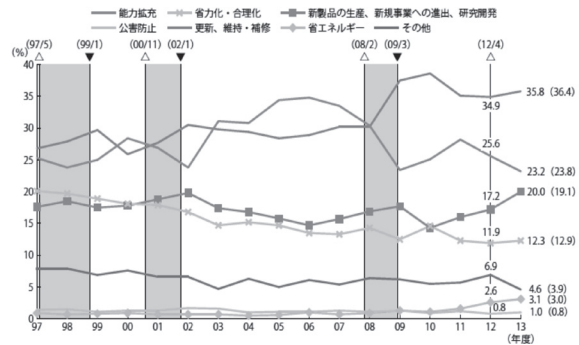
資料：(株)東京商工リサーチ、(株)帝国データバンク調べ。  
(株)東京商工リサーチの件数は年、(株)帝国データバンクの件数は年度のものの。

第 1-1-29 図 大企業製造業及び中小製造業の設備投資の推移  
(前年度比、%)

年度	大企業製造業	中小製造業
10	▲ 3.5	9.8
11	▲ 0.7	11.3
12	1.6	▲ 4.5
13	2.1	13.3

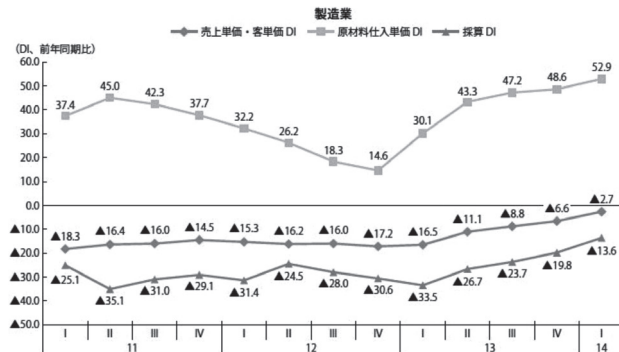
資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」  
(注) 1. 2013 年度は 2014 年 3 月調査の数値。  
2. 土地投資額を含みソフトウェア投資額は含まない

第 1-1-30 図 設備投資の目的別構成比の推移



資料：(株)日本政策金融公庫「中小製造業設備投資動向調査」  
(注) 1. シャド部分は景気後退期を示す。ただし、2012 年 4 月に暫定の山が設定されたが、それ以降については、まだ谷が設定されていないことから、シャドは付けていない。  
2. グラフ内の数字は、2012 年度実績、2013 年度修正計画および 2013 年度当初計画 (括弧内) での設備投資

第 1-1-35 図 売上単価・客単価 DI、原材料仕入単価 DI の推移



## 2-2 設備投資、失業率

「大企業は好不況にかかわらず設備投資を実施している一方で、SMEの設備投資は景気に左右されるという、規模の違いによる設備投資のスタンスが表れていると推察される」(T27)として、単なる『推測』を「設備投資のスタンスの格差」として意識づけようとしている。「1-1-29 図」から取り出した「設備投資：2010～13年度の前年度比数値」を見るならば、SMEは需要が減退する中でも「新製品・新規事業・研究開発」分野に積極的に取り組んでいる(1-1-30 図)というのはその通りであるが、大企業こそが一貫して設備投資を実施していない。

## 2-3 販売単価、原材料価格の動向

SMEは「仕入単価が上昇してきている中でも採算は改善傾向にあり、その価格転嫁は一定程度行われていると推察される。しかし、採算DIはマイナスに留まっていることから、SMEの収益環境は引き続き厳しい状況にある。これがSMEの認識であろう」という(T32)。DI：ディフュージョン・インデックス Diffusion Index とは、「増加」・「好転」したなどとする企業割合から、「減少」・「悪化」したなどとする企業割合を差し引いた値である。従って、1-1-35 図の採算DIは▲25.1から▲13.6へと「好転がプラス11.56ポイント」改善されてはいるが、「好転していない」＝「悪化した」が13.6ポイント過大なのである。また、『白書』では一切触れていないが、日銀による異次元金融緩和追加政策による「急速円安」倒産は、2014年1月から10月までの累計で259件(前年同期92件比182%)であり、死活問題化している<sup>2)</sup>。

## 3. 中小製造業の「価格転嫁力」押し上げでデフレ悪循環を断ち切る？

『白書』第1章3節「中小製造業の価格転嫁動向」では、中小製造業『再興』の課題は、「設備投資と高付加価値化」の二つの方向性による実質労働生産性の向上にあるという。その実現にむけて『白書』は、SME製造業に以下のことを要請する。

「価格転嫁力」とは、原材料価格等の仕入価格上昇分のどの程度を自身の製品価格<sup>3)</sup>に転嫁できているか(T34)、つまり「企業の稼ぐ力」をいう。そこで、「企業物価指数の長期推移」を概観して以下のようにまとめる。(i)二度のオイルショックを経た1970年代では、＜原材料価格急騰→中間財や工業製品価格の大幅上昇→企業収益への影響は限定的＞。(ii)80年代後半から90年代は、＜原材料価格の低迷→工業製品価格は緩やかな低下→企業収益良好の長期化＞。(iii)2000年代以降は、図3-①の通り＜原材料価格が大幅上昇・中間財価格も上昇→工業製品の価格上昇がこれらに追いつけない＞という厳しい収益環境が出現。これらの結果、中小製造業の販売価格及び仕入価格動

図3-①

	原材料価格の上昇幅 (2010年＝100)		工業製品価格 上昇幅
1999年1月	44.7		
2008年8月	164.1	3.8倍化	1.3倍
2009年1月	80.7		
2013年12月	142.4	1.8倍化	1.027倍化



向（図3-②）は、「2011年以降中小製造業の販売価格の低迷化」「13年Ⅳ期の仕入価格1.9%アップに対して販売価格は0.4%しか上昇していない」（T44）という厳しさである。これは、1-1-37図における「販売価格上昇率－仕入価格上昇率」（前年度比）差の推移が近年急速に悪化していることからもうなずけよう。

そこで『白書』は、SME自身の収益力を高めるためには、高い実質労働生産性の伸びを持続させつつ、価格転嫁力を高めていくことが必要であるとして次の3点を提案（T46）する。①価格転嫁力は、仕入価格の上昇分をどれだけ販売価格に転嫁できるかで決まるが、SMEが販売価格を企業自身の努力によって高めることは容易ではない（つまり、「値切られる」立場にあるということ）。②仕入価格の上昇を抑制するために、原材料等の共同購入を目的とする組合設立等で大量購入による仕入価格の引下げを図るのも効果的である。③実質労働生産性を高め、製品市場の需給変動に左右されない高い競争力を有するような高付加価値製品を継続的に市場に投入することができれば、生産コストの上昇局面においても、収益力の向上を実現できるようになるであろう。従って、かつて80年代から90年代前半のような輝きを取戻す…ためには、SMEは今後も設備投資を続けていくことで実質資本装備率の伸びを維持しつつ、製品の高付加価値化<sup>4)</sup>に向けた努力を一層強化して実質付加価値率を持続的に高めていくことが必要である。この二つの方向性を最後に提案して本節の締めくくり」としたい（T51）という。

さて実質労働生産性上昇率は、A) 実質資本装備率の変化、B) 実質資本回転率の変化、C) 実質付加価値率の変化の三つの要因に分解される。「資本装備率」は従業員一人当たりの有形固定資産（つまり、設備投資額）。「資本回転率」は有形固定資産1単位当たりの売上高＝設備の効率性（つまり、設備の利用度）。「付加価値率」は、売上高1単位当たりの付加価値額＝売上高に含まれる付加価値額（つまり、「付加価値＝売上－仕入価格」⇒これらの総額が名目GDPとなる）を示す。つまり、できるだけ高く売るか仕入価格を抑えれば付加価値は増大し、かつ人

図3-② 中小製造業の販売価格及び仕入価格動向

70年代半ば以降	仕入価格上昇に追随し販売価格も上昇
80年Ⅱ期	仕入価格6.9%アップ→販売価格2.4%上昇
2000年以降	仕入価格の上昇に販売価格が追いつけない
リーマン・ショック直前の08年Ⅲ期	仕入価格4.69%アップ→販売価格1.4%上昇
2009年	仕入価格・販売価格ともに下落
2010年代	仕入価格再び上昇→販売価格は2010年を通じ下落
2011年以降	中小製造業の販売価格は低迷を続け
13年Ⅳ期	仕入価格1.9%アップ→販売価格0.4%上昇

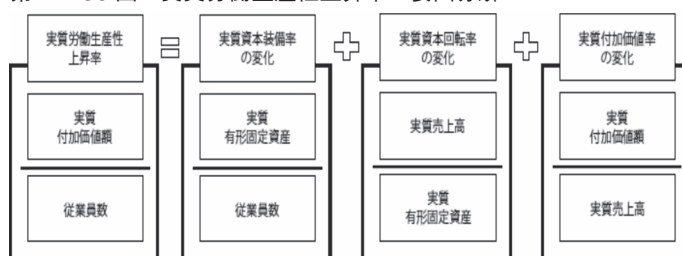
第1-1-37図 販売価格上昇率と仕入価格上昇率（中小製造業）前期比%

年 期	a 販売 価格	b 仕入 価格	a-b	年 期	a 販売 価格	b 仕入 価格	a-b
2008	1.0	3.7	▲ 2.7	2011	0.1	1.7	▲ 1.6
	1.4	4.6	▲ 3.2		0.1	1.7	▲ 1.6
	1.4	4.6	▲ 3.2		0.1	1.5	▲ 1.4
	0.7	1.9	▲ 1.2		0.0	0.8	▲ 0.8
2009	▲ 0.2	▲ 0.7	0.5	2012	0.0	1.1	▲ 1.1
	▲ 0.5	▲ 0.9	0.4		▲ 0.1	0.6	▲ 0.7
	▲ 0.4	▲ 0.2	▲ 0.2		▲ 0.3	0.3	▲ 0.6
	▲ 0.5	▲ 0.3	▲ 0.2		▲ 0.3	0.1	▲ 0.4
2010	▲ 0.4	0.3	▲ 0.7	2013	0.0	1.3	▲ 1.3
	▲ 0.2	0.9	▲ 1.1		0.2	1.8	▲ 1.6
	▲ 0.2	0.6	▲ 0.8		0.2	1.9	▲ 1.7
	▲ 0.2	0.6	▲ 0.8		0.4	1.9	▲ 1.5

資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」

件費を下げれば下げるほど企業利益は増大する。こうして、第1-1-50図のような「好循環図」が提起される(T46)。好循環のためには、「三つの要因」の分數式を構成する「4要素」の、「分

第1-1-50図 実質労働生産性上昇率の要因分解



母の値を減らす (=従業員や有形固定資産を減らす)・「分子の値を増やす (付加価値や売上高を増やす)」の組合せによって算術的に決定できる。この実質労働生産性上昇率の推移と変動要因を、大企業とSMEとの間で比較している(T47～48,50～51)が、その特徴的内容を要約すると図3-③の通りである。

図3-③ 実質労働生産性上昇率の推移とその変動要因

(1-1-51・52図参照)	中小製造業	大企業製造業
90年代後半以降	実質資本回転率プラス(=売上高回復)	活発な設備投資による実質資本設備率の伸び
2000年代後半から	高付加価値な製品の生産に注力	リーマン・ショックで実質資本回転率マイナス
2010年度以降	実質付加価値率の伸び	国内で生産する製品の高付加価値化に注力 →実質資本設備率は大きくマイナス →大企業製造業の従業員数は増加していない

a) 1980年代から90年代前半にかけて、SMEの実質労働生産性上昇率が大企業製造業のそれを上回ったのは、多品種・少量生産に特化した高付加価値製品を軸とする生産体制を展開していた(実質資本設備率要因も大企業製造業を上回っていた)からである。b) 2000年代前半以降、SMEは設備投資や製品の高付加価値化の努力を引き続き行っているものの、経営規模の小ささに起因する構造的な要因ともいえる実質資本回転率要因のマイナスを上回ることができないためである。つまり、経営規模の小さなSMEにとって、生産を増やして売上飛躍的アップは「構造的に難しい」という。さらに、c)「90年代を境にSMEの価格転嫁力には、大きな構造変化が生じていた。…構造変化とは、SMEにおける一般機械や輸送機械、電気機械などといった加工組立型産業が、部品や中間財を大企業に納入し大企業は完成品を組み立てるという『企業間垂直連携構造』を指し、大企業に納入する立場の中小企業<sup>5)</sup>の割合が増えたことがその背景にある」(T41)という。つまり、「下請いじめ構造」による下請単価「買いたたき」<sup>6)</sup>問題を辛うじて遠慮がちに指摘しているが、輸出大企業の輸出が円安局面でも伸び悩んでいるという現地生産比率の高まりなどの「構造要因」については全く触れていないのが特徴である。

こうして、「多品種・少量生産・高付加価値製品」生産体制を展開し、実質資本設備率要因も大企業製造業を上回っていたのにもかかわらず、SMEが実質資本回転率を伸ばせないのは「経営規模が小さいという構造的要因」による、つまり「売上を伸ばせないのは小規模性にある」とされる。ここで、『表-1[注]3』の小規模企業規定を再確認するならば、「常用雇用者20人以下(卸売業、小売業、飲食店、サービス業-宿泊業、娯楽業を除く-は5人以下)の企業」

である。小規模企業規定による企業群を分析し、その実質労働生産性上昇の困難な理由が小規模性にあると言うならば、小規模企業は存立しても価格転嫁力もなく収益力も弱く採算割れ必  
定なのだから、「生産性の低い企業が市場から退出しなさい」<sup>7)</sup>と言明しているのに等しい。生  
産性の低い企業が市場から退出しようがしまいが需要不足は解消されることはない。同時に、  
大企業規模群と中小零細規模企業群に区分した指標数値比較という分析手法の限界性を示すも  
のである。すでに明らかにしたように、実質資本回転率というのは生産量増大・販売高アップ  
で上昇するのであるから、供給サイドのマーケティング競争という市場争奪戦の結果としての  
「売れなかった」という『命がけの飛躍』の失敗の根因は、需要減退と需要萎縮にある。名目  
GDP のピークは 1997 年 10 ～ 12 月期の年換算額 524 兆円（消費税が 5% に引き上げられ、山  
一証券などが破綻した年）から今年の消費税 8% 引き上げ後の 7 ～ 9 月期ではそれは 483 兆円  
に減じている<sup>8)</sup>。つまり、付加価値総額は減少している。また、この 12 月 2 日発表の毎月勤  
労統計では実質賃金 16 ヶ月連続マイナス（実質雇用者所得は 1997 年の約 280 兆円のピークか  
ら 2013 年 1 ～ 3 月期 264 兆円、2014 年 4 ～ 6 月期 2587 億円へと、2013 年 4 月「異次元の金  
融緩和」以降低下し続けている）、他方で、法人企業統計では企業の内部留保は過去最高 323  
兆円で 50 兆円増加している。なお、3 点目で指摘している SME 製造業の『企業間垂直連携構  
造』のもとでの納入単価『買ったたき』問題こそが構造的問題なのであるが、『白書』第 1 章  
3 節「中小製造業の価格転嫁動向」において示された中小製造業『再興』の課題は、「設備投  
資と高付加価値化」の二つの方向性による実質労働生産性の向上とされるが、これはまさに供  
給サイドに立った生産力増強視点からの「政策提言」である。

「SME とは対照的に付加価値の低い汎用品を大量に生産していた」大企業製造業が、「SME  
の高付加価値化」領域に「進出」した経緯を以下のように説明（『白書』T48）する。2000 年  
代後半は、リーマン・ショックの影響もあり実質資本回転率の伸びがマイナスに転じ、大企業  
製造業の実質労働生産性上昇率も大幅なマイナスとなったが、2010 年度以降の実質労働生産  
性の高い伸びをけん引したのは、それまで実質労働生産性上昇率の下押し要因であった実質付  
加価値率である。海外との競争が厳しさを増していることや為替レートが円高方向に推移した  
中、大企業製造業が国内で生産する製品の高付加価値化に注力し始めたことがうかがえる  
(T48) という。つまり、「実質付加価値率の動きを見ると、2000 年代まで伸び率はゼロ近傍で  
推移しており…2010 年度以降、大企業製造業の従業員数は増加していないから、この間、大  
企業製造業が、過去にない規模で過剰生産設備の廃棄を進めたことが見て取れる。したがって、  
2010 年度以降の実質資本回転率の高い伸びは、そのかなりの部分が設備廃棄の結果を反映し  
たもの」(1-1-52 図 実質労働生産性上昇率の推移とその変動要因（大企業製造業）(T48) だ  
という。

大企業製造業の高付加価値化領域「進出」・大規模リストラは容認しておきながら、SME に  
対しては、「今後、大企業製造業を上回るような高い実質労働生産性上昇率を持続させなければ、



実質労働生産性上昇率も企業規模間の収益力格差の下押し要因となることが懸念される。我が国経済が90年代後半以降のデフレからようやく抜け出そうとしている今、価格の下落、売上・収益の減少、賃金の抑制、消費の低迷、価格の下落といったデフレ経済特有の悪循環を断ち切るためにも、SMEはコストカットによる低価格競争を通じた収益力の維持だけではなく、製品の高付加価値化や需要を増やすことを通じた収益力の向上を目指すことが望まれる」(T48,T51)とされ、「大企業製造業を上回るような高い実質労働生産性上昇」がデフレ悪循環を断ち切る方策として小規模企業に執拗に要請され続ける。ただし、「需要を増やす」方策の内容や「2-1 売上高経常利益率の企業規模間格差」「縮小」の方向性は一切示されていないのが、またしても特徴である。

#### 4. 中小規模事業者の「持続的発展」のための課題

「1999年の中小企業基本法改正からの大きなパラダイムシフトを意味する」(T126)ものとして『白書』は小規模企業振興基本法のスタンスを絶賛し、従業者数5人以下事業者の「事業の持続的な発展」の支援が始動する2014年を、「中小企業政策のパラダイムシフトの年」と位置づけようとしている。1999年に「改正」された中小企業基本法は、「大企業と中小企業の格差是正、不利の補正」を放棄した上で「多様で活力ある中小企業を育てる—創業やベンチャー支援—」に転換し、「成長発展する中小企業」—中小企業全体の上位1～2割を引き上げていくことで、中小企業全体の引上げを図る—支援を謳ったのであるが、SMEは大幅減少の連続に帰結した。2010年6月18日菅政権による『中小企業憲章』閣議決定ののち、その約4年後の第2次安倍政権下でこの小規模企業振興基本法(2014年3月7日)は閣議決定(2014年6月全会一致で採択)されたのであるが、「第3条基本原則」で「小規模事業者の事業の持続的な発展」を図ることが謳われ、技術や雇用の維持など『事業の持続的発展』を国の基本計画に位置づけ、かつ地方自治体にも施策策定の責務を課している(ただし同時期に、政府税調によるSMEへの「外形標準課税適用拡大」が法人減税の代替財源として狙上りのった点には『白書』は全く触れていない)。

先に概観したように、企業数は386万者<大企業1万社で0.3%、中企業51万者で13.2%、小企業者(以下「ME」と表記)334万者で86.5%>、従業者数は<1397万人30.3%、2024万人43.9%、1192万人25.8%>である。MEの業種では、「小売業」、「宿泊業、飲食サービス業」、「建

コラム 3-1-4 ①図 規模別の個人事業者及び法人数

	小規模事業者				中規模企業		大企業	
			うち小企業者					
組織形態	企業数	構成比	企業数	構成比	企業数	構成比	企業数	構成比
個人事業者	2,064,921	94.9%	2,051,493	94.3%	110,064	5.1%	277	0.0%
法人	1,277,893	75.7%	1,067,944	63.3%	400,056	23.7%	10,319	0.6%
合計	3,342,814	86.5%	3,119,437	80.7%	510,120	13.2%	10,596	0.3%

資料：総務省・経済産業省「平成24年経済センサス活動調査」再編加工  
(注) 1. ここでいう「小起業者」とは、常用雇用者・従業者数5人以下の企業をいう。

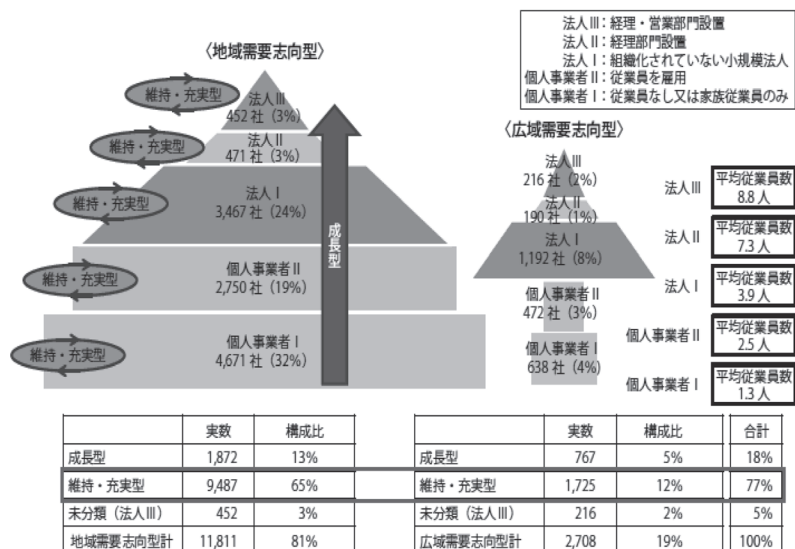
2. 小企業者の構成比は、全企業数に占める割合。

設業」の順に多いこと、人口減少率が高い県ほど ME の従業者割合が高く、減少地域における雇用の受け皿としての役割は大きい（ことから、）人口減少による需要縮小が起こりやすい経営環境の厳しい地域に ME が多い（T137）という。また、従業員規模が小さい企業ほど女性雇用や 65 歳以上雇用者の割合は高くなっている（T139～141）ように、ME の従業員が高齢化し、経営者の高齢化とともに今後を担う若い世代が不足している。また、従業員規模が小さい企業ほど、「同一市町村」・「近隣市町村」・「同一県内」と地域内資金循環に依拠した販売が多い（他方で、商圈が限定されているが故に人口減少による商圈の需要縮小や大規模小売店舗の進出等の影響を受けやすい脆弱性を持つ）（T141）。コラム 3-1-4 ①図から、個人事業者約 206 万者の 94.9% が ME、うち 94.3% が ME で 205 万者である（T147）り、売上状況 ID は「全ての期間において、中小企業よりも厳しい」（T148）を乗り越えて「35 ポイント近くも劣悪である」。

今後の「組織形態の意向による小規模事業者の類型化」（T144～5）では、「事業の持続的な発展」を志向する「維持・充実型」は、「地域需要志向型」では 65%、「広域需要志向型」では 77%である。さらに、3-1-18 図からは、「地域需要志向型」が 81%「広域需要志向型」が 19%の約 8：2 の割合で、「維持・充実型」が 77%「成長型」<sup>9)</sup>18%でこちらも約 8：2 の割合となっている。つまり、

「地域維持・充実型」、「広域維持・充実型」、「地域成長型」、「広域成長型」の 4 類型化の中では、「地域維持・充実型」は高度成長期以前より営業している企業が比較的多く、古くから地域に根ざし、地域住民の要望やニーズに応じて財やサービスを提供するとともに、地域の一員として地域活動に関与してきた、まさ

第 3-1-18 図 小規模事業者の類型化



資料：全国商工会連合会「小規模事業者の事業活動の実態把握調査」に基づき中小企業庁作成  
 （注）1. 全国商工会連合会が、2013 年 10 月に商工買い会員企業 18,078 社に対して実施したアンケート調査のうち、小規模事業者 14,519 社を集計している。  
 2. 個人事業者Ⅰ～法人Ⅲの区分で、上のステージを志向する企業を「成長型」：同じステージにとどまりながらも、事業の持続的な発展を志向する企業を「維持・充実型」としている。  
 3. 法人Ⅲに付いては、組織的成長の余地がないため、今回の集計では、維持・充実型、成長型のいずれにも属さないと、未分類としている。

に「顔の見える」小規模事業者（T156）としての特徴を持つ。

ここで、ME自身が「地域に必要とされていると感じている」要因としては、

「地域型」は「地域で必要とされるモノ・サービスの提供」や「地域内の取引の優先」と回答する企業が多く、「広域型」では「地域外からの需要獲得」と同程度に「地域産業資源の活用」を挙げる企業が多い（T162）と指摘する。こうして『白書』は、域外からの需要獲得のために「地域産業資源の活用」を挙げる関連があるのならば好循環の兆しとなり、かつ、仕入先は「地域型」では8割以上が地域内（同一市区町村、隣接市区町村、同一都道府県）中心であることから「地域の資金循環に貢献している」と評価する。「広域型」は、隣接市区町村仕入が半減し、同一都道府県が倍増、全国領域が3倍化しているのが特徴である。

経営課題ごとの相談相手に関しては、最大の経営課題である「営業・販路開拓」については、「取引先」や「同業種の経営者」、「異業種の経営者」、「知人」に相談している企業が多く、公的な支援機関や専門家の中では「メインバンク」や「商工会・商工会議所」多いことから、「地域における中核的な支援機関（「かかりつけ医」）」たる「商工会・商工会議所」に相談するMEが多いことを高く評価<sup>10)</sup>している（T173）が、これは自画自賛に過ぎるものであろう。また、「営業・販路開拓」手法に関しては、「既存の営業力・販売力の維持強化」や「国内の新規顧客・販路の開拓」等の「営業・販路開拓」―「新規顧客へのアプローチ方法」、「販売すべきターゲット市場の選定」、「商品・サービスのPR」―等、従来の施策の繰り返しに終始している（3-1-33図）。「新規顧客へのアプローチ方法」については、小規模事業者を一定数集めて国内外の大企業に対して直接売り込む「技術提案型商談会」、「販売すべきターゲット市場の選定」については、商工会経営指導員による事業計画の策定等を通じた販路開拓支援や都道府県の中小企業支援センターの活用、さらには全国トップレベルの販路開拓アドバイザー・有名バイヤーの知見の活用などである。「地域住民の要望やニーズに応じて財やサービスを提供（し）、地域の一員として地域活動に関与して『顔の見える』小規模事業者」に対して、改めて「新規顧客へのアプローチ方法」や「販売すべきターゲット市場の選定」、「商品・サービスのPR」を説くのならば、なぜこれら施策が不毛だったのかの検証が、予算規模も含めて急がれるのではなかろうか。

むすびにかえて

2002年から2008年の「いざなぎ超え景気<sup>11)</sup>」の時期にも、『中小企業白書』は「中小企業の無限の可能性・雇用創出力・変化への挑戦力」をうたいあげていた。『2004 中小企業白書』

第3-1-33図 販路開拓を行う際の課題ごとの支援の在り方

課題	支援の在り方
新規顧客へのアプローチ方法	・技術提案型商談会
販売すべきターゲット市場の選定	・商工会・商工会議所による販路開拓支援 ・販路開拓アドバイザーの活用
商品・サービスのPR	・地場産品の展示会開催 ・アンテナショップ運営 ・ネット販売支援

では、中小企業の無限の可能性の進化の一形態として「コミュニティ・ビジネス」への転身を勧めた。地域密着型存在たる中小企業が、その立地する地域の人的・物的資源を活用して新たな産業や雇用、生きがいを創出する地域貢献型コミュニティ・ビジネスとして企業形態を進化させれば、従来の行政（公共部門）と民間営利企業の枠組みだけでは解決できない地域問題へのきめ細やかな対応が可能な社会貢献性の高い事業であると同時に、ビジネスとしての継続性も重視される点でボランティアとは異なる性格を持つという<sup>12)</sup>。

また『2005 中小企業白書』では、「中小企業者の雇用創出力」を「日本社会の構造変化の下での中小企業者の活力」として大きく取り上げた。1999 年から 2001 年の間の雇用に関して、全事業所規模合計では 24 万人の雇用減（大規模事業所は全くの雇用純減）が、「従業員規模 20 人以下の小規模な事業所」は全体が創出した雇用 969 万人の 60.8%に相当する 589 万人の雇用を創出し、特に従業員 1～5 人規模の事業所においては 116 万人の純増であったこと、そして大企業など「規模が大きいほど、正社員・職員から他の従業員上の地位へ置き換え」がすすむ中で、小規模事業所が雇用維持に果たした役割は大きいと絶賛した。

さらには『2007 中小企業白書』は、「小規模企業を取り巻く環境の厳しさ」として「事業拡大志向企業は 1 割程度で、大半の企業は現状維持で良いと考え、事業縮小や廃業を考えている企業も 25.7%」で、中・小規模企業ともに「需要が頭打ち」のもとで「後継者の不在や代表者の高齢化を理由として事業縮小や廃業を考える挙げる企業も多く、事業自体は継続可能であるにも関わらず、退出を余儀なくされている企業も多いことが推測される」。ただし、これらの業種における中小事業者に対しては「地域住民の根強い需要が存在」し、「地方自治体においても、都市の魅力づくりや行政サービスの代替といった観点から、地域の公共的な課題解決に資するサービス」供給主体として「新たな事業展開を図る契機」になり得ると評価し、「新たな公共的サービス」を担う「地域の強みを活かし変化に挑戦する中小企業」への転換を誘導しようとしたのであった。

今回の『2014 中小企業白書』は、『小規模性』が実質資本回転率の低さと低付加価値性の『構造的要因』とされ、大企業との『企業間垂直連携構造』への依存拡大が SME の価格転嫁力低下の構造変化要因とされた。規模区分において小規模性を特有する SME の課題が『小規模性克服』に帰結する、これが『白書』の提言である。さらには、最大の経営課題である「営業・販路開拓」については、「地域における中核的な支援機関・かかりつけ医」たる「商工会・商工会議所」に相談する ME が多いことを高く評価するに止まったのである。

ところで、トヨタ自動車は、調達部品購入価格について「2014 年 10 月～15 年 3 月分は取引企業に値下げを求めない方針を固めたが、年 2 回の価格交渉で一律に値下げを見送るのは初めて（で、）数万社に及ぶトヨタの全ての取引先に値下げ見送りの恩恵が広がれば、国内の景気回復を後押しする賃上げなどにつながる可能性がある」（日本経済新聞 2014 年 10 月 25 日付）と報道されている。ただし、この「値下げ見送り通達」は、主要な仕入れ先でつくる「協豊会」



のメンバーなど国内約450社の1次取引先へのものである(日経09月11日付では「上期と同様に現行の購入価格の1%弱となるもよう」と報じられていたのだが…)。足元の円安要因も加わり、トヨタの14年4～9月期の連結営業利益(米国会計基準)は1兆3000億円程度と過去最高を更新し、15年3月期も2期連続で最高益を更新する見通しと伝えられている。トヨタは、エンジンやバネなどの部品の半年ごとに価格交渉をし、値下げ幅は取引先の合理化や量産効果で生じたコスト削減分などを考慮して決めているという歴史的経緯があり、「乾いた(ように見える)タオルでも、知恵を絞れば水が出る」のか「乾いたタオルも絞れば水が出る・コストは下げられる」中で大量リコール問題が山積するのかも知れないが、豊田自動車グループ傘下の下請企業(約2万9千社・従業員135.3万人)の体力<sup>13)</sup>増強のためにも、親企業一人勝ちの過去最高益を下請企業に直接還元し、部品値下げ交渉廃止を率先して決定・実行してはどうだろうか。これこそが、電気料金の引き上げや円安による資材費の上昇などに苦しむ中小企業に対する「最高益更新が視野に入ったトヨタによる取引先との格差是正策」であるし、アベノミクスのすすめる「経済の好循環実現に向けた政労使会議」における賃上げ実現・内需拡大に通じる道であるという声がある。

このトヨタの城下町である愛知県で、愛知県中小企業振興基本条例が施行(2012年)にされた。08年リーマンショック翌年の法人2税収入の大幅減で予算が組めない状況下、少数のグローバル企業に依存する経済・財政構造でいいのかと行政自身があらためて自覚し、中小企業団体との懇談を経て条例を制定(国の法律にはない「金融機関の地域経済への貢献」を明確に条例に盛り込んでいるのが、東海銀行が統合で地元から消えるという経験を持つ当地の条例のひとつの特徴)<sup>14)</sup>した。つまり、「中小企業の声を聴き、どんな問題も中小企業の立場で考え、政策評価につなげる」と謳った『中小企業憲章』『基本原則』(2010年6月18日閣議決定)の住民自治運動が担った中小企業政策づくりの地域的広がりの一例である。このように、地域の土台にある農業・商業・中小企業を繋ぎ、地域内再投資力を高めて地域経済を豊かに発展させる取り組みが、自治体と中小企業その他地域投資主体の協同による中小企業(地域経済)振興基本条例づくり運動として31都府県・149自治体にまで広がっている。

さらには、合併特例法(1999年)によって市町村合併の嵐が吹き荒れたとき、合併を拒否して自立の道を選んだ自治体が「小さくても輝く自治体フォーラム」を開催し、「小さいからこそ輝く運動」を2003年以降継続・発展させて来ている。「限界集落の消滅予測」を超えて「過去に置いて日本で集落が消滅した事実はない」こと、そして東日本大震災後は「農村は楽しい」と移住する若者が目立つ<sup>15)</sup>ようになっている。このフォーラムに参加する39の小規模自治体のうち、合計特殊出生率(2008～2012年)全国平均1.38を上回っているのは、北からはニセコ町1.45、阿智村1.67、栄村1.52、海士町1.64、上勝町1.47、綾町1.82、九重町1.74など36自治体<sup>16)</sup>である。「企業が世界で一番活動しやすい国づくり」や多国籍企業の利益のための国づくり、『日本再興戦略』『特区づくり』による労働時間規制死文化・残業80時間越えによる



過労死予備軍累積ではない地域づくり、そしてその投資主体の担い手である小規模企業及びその起業が創り出す地域集積が、小さくても輝く自治体づくり・安心安全の国づくりにつながる。

麻生太郎副総理兼財務相の“率直(?)発言”(12月6・7日)をかりて最後をまとめよう。「間違いなく我々は結果を出した。60年ぶりの企業の利益率を出している。この2年間で明らかに日本の景気は良くなった。2年前より悪いのはよほど運が悪いか、経営能力がないかだ」「(社会保障費の増加は)高齢者が悪いようなイメージをつくっているが人がいっぱいいるが、子どもを産まないのが問題だ。子どもが生まれないから子ども3人で一人の高齢者(を支え)、もうすぐ2人で1人になる」と発言されたそうです。そうです。そういう『経営能力』はないのです。また、株を購入したりNISAに手を出すような資産はありません。ですが、“小さくても輝く自治体づくり”は『マネジメントできる』と思いますし、子どもを産みたくなれば生みます。「日本国民は、正当に選挙された国会における代表者を通じて行動」するのが『日本国憲法前文』の精神です。「正当に選挙された国会議員」として登場されますように最後に祈念します。

## 注

- 1) 「日本再興戦略」改訂2014は、アベノミクス「三本の矢」を続的な成長軌道につなげるとして2014年6月24日に閣議決定された。今回の改訂では「労働市場改革、農業の生産性拡大、医療・介護分野の成長産業化等の分野にフォーカスして解決の方向性を提示し」「世界経済フォーラムで明言した法人税改革や国家戦略特区での岩盤規制の突破、女性の力の活用等」にも具体策を盛り込んだとされる。この日本産業再興プランの主要6項目は次の通りである。1. 緊急構造改革プログラム(産業の新陳代謝の促進) 2. 雇用制度改革・人材力の強化 3. 科学技術イノベーションの推進 4. 世界最高水準のIT社会の実現 5. 立地競争力の更なる強化・国家戦略特区の実現、公共施設運営権等の民間開放(PPP/PFI) <主な成果目標>・2020年までに、世界銀行のビジネス環境ランキングで日本を先進国3位以内(現在15位)に。<首相官邸HP参照>
- 2) 帝国データバンク「『円安関連倒産』の動向調査」(2014/11/11)参照。なお、同社の「第2回『輸入企業』の実態調査」によると、国内輸入企業7万1524社のうち年商規模1億円未満の赤字企業比率は35.0%で規模が小さくなるにつれて赤字比率が高まっていること、そして8月以降急速円安による約2カ月間約8円の円安ドル高で約5000億円下押しがあったとしている。
- 3) 「一人当たり名目付加価値額」、つまり法人企業統計年報に基づき「人件費、動産・不動産賃貸料、租税公課、営業利益」の合計である名目付加価値を従業者数で除したもので示される。「企業の稼ぐ力」を表すものでもあり、2012年10-12月期からの円安による原材料価格上昇・増加費用が及ぼす中小製造業の収益力への影響を考察する指標ともなる。
- 4) 『白書』脚注28(T51)において、「製品の高付加価値化」の具体的なイメージを日用品等の生活関連産業を事例として次のように示している。〔1〕素材、技術、伝統等への「こだわり」を突き

詰め、コンセプト及びターゲットを明確にした上で製品企画を行うこと、[2] 経営者がデザインを重要な経営資産として認識すること、[3] 独自の視点で生活者と直接の接点を持ち、顧客の声を収集し、それを製品にフィードバックすること、[4] 産業の枠を超えた連携を試みること、[5] 世界の高付加価値市場をターゲットとして意識し、市場開拓・ブランド構築を行うこと、などが高付加価値化実現に向けた効果的な方策として提案されている。

- 5) 吉田敬一は、基盤技術の担い手である中小企業数の減少に留まらず、事業維持に奮闘している中小工場の設備老朽化の危機的水準について、「とりわけ老朽化の度合いが高いのは、基盤技術の土台である第二次金属加工機（プレス・鍛造など）と金属工作機械（旋盤・研削機・NC加工機など）で（あるが、）製造業では、補修で対応が73.6%、今後更新投資を行うが44.6%」あり、地域密着型営業の営環境が急激に悪化していることに警告を発している。（『日本型グローバル企業と中小企業問題』『経済』2014.12,P22）
- 6) 公正取引委員会「平成25年度における下請法の運用状況及び企業間取引の公正化への取組」（平成26年6月4日）によれば、下請法違反行為に対する勧告件数は10件（違反行為類型の内訳—下請代金の減額が9件、不当な経済上の利益の提供要請が1件）。また、指導件数は過去最多の4,949件（前年度比1400件増）で、下請事業者が被った不利益の原状回復の状況については、親事業者244名から下請事業者5,604名に対し、下請代金の減額分の返還等、総額6億7087万円相当の原状回復（H24年度は総額57.94億円）相当が行われた。なお、下請法違反は「申告待ち、書面検査頼み」の下請検査であり、例えば「事前通知なしの納税調査や税務署に呼び出しての税務調査」という行政指導や生存権的財産の差し押さえが強行されている税務行政における権力発動型指揮権行使とは真逆である。
- 7) 「生産性の低い企業が市場から退出しようがしまいが、需要不足は解消されない」菊本義治他『グローバル化時代の日本経済』桜井書店、2014.P121
- 8) 日本経済新聞2014.12.4付「大機小機」より
- 9) 「成長型」とは、組織形態を個人事業者Ⅰから法人Ⅲまで下から上に並べたときに、「組織として上のステージを目指す＝組織化の進展を目指す」ことをいう。個人事業者Ⅰであれば、「法人化することを考えている」又は「家族以外の従業員を雇用する予定がある」者、個人事業者Ⅱであれば、「法人化することを考えている」者、法人Ⅰであれば、「経4理専従の社員を将来的に雇用したい」者、法人Ⅱであれば、「営業専従の社員を将来的に雇用したい」者をいう。
- 10) 大林弘道は、小規模企業支援法でいう「商工会議所・商工会の再起用による支援」は、「現在の両者の現状からして不安視する声が存在するのも当然である」と指摘する（『経済』2014.12,P37）。つまり、『2014白書』自体が「両支援機関の会員数減・補助金収入減・経営相談対応の職員数の減少」による経営指導体制の不備・限界性を指摘（P477）している。
- 11) 小泉内閣の「構造改革景気、無実感景気、リストラ景気」等ともいわれ、好景気期間は2002年2月から2009年3月までの86ヵ月間と長いものの実質経済成長率は年平均2%弱（いざなぎ景

気 10% 超、バブル景気 5% 程度) と伸び悩み、労働者の賃金の上昇率も頭打ちで、雇用者報酬が減少し個人消費は盛り上がり欠いた。

- 12) コミュニティの抱える課題や住民のニーズに応えるため財・サービスを提供するために、「利益の最大化を目的としない」「地域住民の働く場所を提供する」「継続的な事業または事業体である」「行政から人的、資金的に独立した存在である」等の諸点が特徴として挙げられる。福祉関連で約 6 割、まちづくり関連では約 5 割の自治体で需要が存在しているという。自治体による「民間への委託」（福祉分野では、託児、高齢者配食、買物代行家事支援等）や「民間との連携」（祭り等のイベント開催、観光施設運営・ガイド・PR 等）が提示されるが、「半分以上の団体がミッション事業で黒字を計上していない」現状にある（『2004 年版中小企業白書』参照）。また、拙稿「中小零細企業政策の革新とその担い手を求めて」『京都地域研究』vol.14.2000 年参照
- 13) 帝国データバンク調査（2014/8/11）によると、「トヨタ自動車グループの下請企業は全国で 2 万 9315 社—従業員数合計 135 万 3193 人—。2007 年度と 2013 年度の年売上高比較では、2013 年度の「増収」企業比率は 40.7%（8968 社）、2007 年度を下回る「減収」企業比率は約 7 割であり、多くの下請企業が依然としてリーマン・ショック前の水準を回復していない」。
- 14) 「＜対談＞住民自治を生かした地域経済の発展」（岡庭一雄・岡田知弘）参照（『経済』2014.11）
- 15) 小田切徳美「『農村たたみ』に抗する田園回帰」『世界』2014.9 参照。なお、「たたみ、たたむ」の国語的ニュアンスは、＜折って小さくまとめる→片付けて引き払う→ひと思いにやっつける。たたんでしまえ＞という「農村壊滅論」を意味するものであろう。
- 16) 前掲『経済』P20 参照

[本論稿は、2013 年度 佛教大学特別研究費による研究成果である]

(よしの としろう 社会福祉学部)